



# IDENTITÄTSSTIFTUNG

Kommunikation als Schlüssel zur erfolgreichen Mobilitätswende

Kommunalpolitik trifft Wissenschaft III

1. September 2022

# Einstieg

## Einstieg



*Welche Assoziationen haben Sie bei diesen Farben?*

## Einstieg



**Jungen**

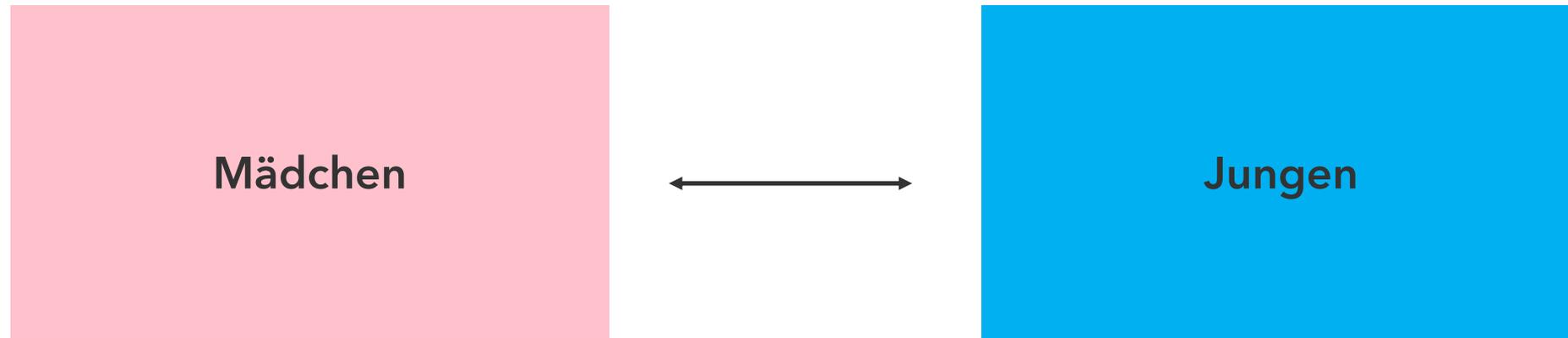


**Mädchen**

*„Die allgemein akzeptierte Regel ist Rosa für Jungen und Blau für die Mädchen. Der Grund dafür ist, dass Rosa als eine entschlossenerere und kräftigere Farbe besser zu Jungen passt, während Blau, weil es delikater und anmutiger ist, bei Mädchen hübscher aussieht.“*

Ladie's Home Journal, 1918

## Einstieg



Erst in den 40er-Jahren wurden die Geschlechterfarben vertauscht.

**Unsere Wahrnehmung wird von tiefliegenden, kulturell geprägten Glaubenssätzen bestimmt.**

**Diese Glaubenssätze basieren nicht auf naturwissenschaftlichen Tatsachen, sondern sind eine kollektive Fiktion.**

# Kommunikation als Schlüssel zur erfolgreichen Mobilitätswende

## Aufbau

1. Wie wirkt und verändert sich Kultur?
2. Was bedeutet das für die Mobilitätswende?
3. Welche Aufgabe hat die Kommunalpolitik?

# Gesellschaft & Wandel

Wie wirkt und verändert sich Kultur?

## Gesellschaft & Wandel



*Kaurischnellen waren über Jahrhundert eine etabliertes und beliebtes Zahlungsmittel in der Südsee, Afrika, Ost- und Südasiens.*

## Gesellschaft & Wandel



*Heutzutage halten wir kleine, bedruckte Papierscheine für ein gutes Zahlungsmittel.*

*Für die Kaurischnecke wie für die Papierscheine gilt: Sie sind ein kulturelles Konstrukt.*

Bildquelle: Willfried Wende, Unsplash (links); Getty Images (rechts)

**Kultur entsteht und wirkt durch geteilte  
Geschichten.**

## Gesellschaft & Wandel

### Fünf Phasen der (moralischen) Revolutionen:

1. Ignoranz
2. Eher abstrakte Anerkennung
3. Persönlicher Bezug
4. Handeln
5. Erstaunter Rückblick mit abweichender Bewertung des früheren Zustandes

(Angelehnt an: Kwame Anthony Appiah)

# Mobilität & Wandel

Was bedeutet das für die Mobilitätswende?

**Eine erfolgreiche Mobilitätswende muss keine technischen Hürden überwinden, sondern gesellschaftliche Routinen und Narrative durchbrechen.**

## Mobilität als Motiv für Freiheit



# Die Geschichte der Mobilität ...

**schneller**

**höher**

**weiter**

# Geschichte der Mobilität



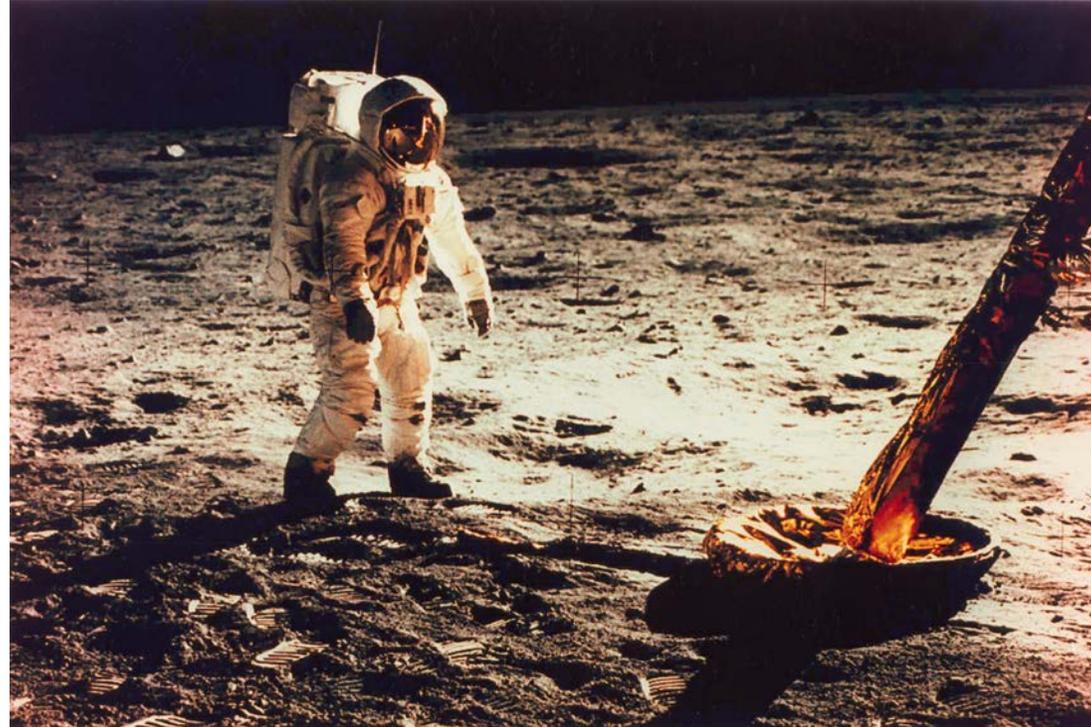
*Ferdinand Magellan umsegelt den Globus.*

## Geschichte der Mobilität



*Charles Lindbergh überfliegt den Atlantik.*

## Geschichte der Mobilität



*Neil Armstrong betritt den Mond.*

**Was wir jetzt brauchen, ist eine  
Mobilitätswende.**

**Von schneller, höher, weiter zu:  
lokaler,  
nachhaltiger,  
leiser,  
inkluisiver,  
flexibler,  
gemeinschaftlicher Mobilität**

## Mobilität & Wandel

### Fünf Phasen der ... Mobilitätswende:

1. Ignoranz
  2. Eher abstrakte Anerkennung
  3. Persönlicher Bezug
  4. Handeln
  5. Erstaunter Rückblick mit abweichender Bewertung des früheren Zustandes
- 
- Wir befinden uns irgendwo hier...*

## Der Widerspruch ist messbar

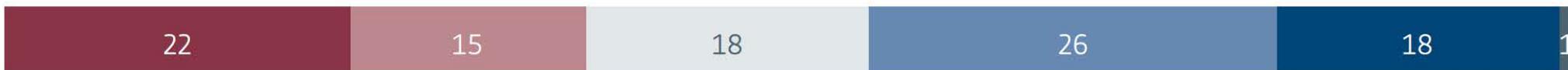
Frage nach Zustimmung zu Aussagen:

*Die Verkehrswende ist eine Gemeinschaftsaufgabe, deren Gestaltung und Umsetzung nur dann gelingt, wenn jeder in der Gesellschaft, mich eingeschlossen, dazu einen Beitrag leistet.*



Frage nach Ablehnung und Zustimmung zu Maßnahmen:

*Verringerung der privaten Nutzung des PKWs*



Grafik Auszug aus: Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2021. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse; Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2021)

## Der Widerspruch in typischen Aussagen

Ja klar, das geht in Kopenhagen -  
aber wie soll das hier funktionieren?

Wer soll das alles bezahlen?

Ein Tempolimit bringt doch kaum was  
- und überhaupt: Die Freiheit!

Eine autofreie Innenstadt ruiniert  
den Einzelhandel!

Dann bricht die deutsche Wirtschaft  
zusammen, wir hängen doch an der  
Automobilindustrie!

Wie sollen denn dann die  
Pendler\*innen zur Arbeit kommen?

Ich lass mein Kind doch nicht mit dem  
Bus oder Fahrrad zur Schule fahren,  
das ist doch viel zu unsicher!

# Kommunikation & Mobilitätswende

Welche Aufgabe hat die Kommunalpolitik?

## Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)



Modellversuch im Stadtteil Hamburg Ottensen  
September 2019 bis Januar 2020



Bilder: Auszug aus der Evaluation Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

## Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)

Typische Skepsis zu Beginn:  
(2019)

VERKEHR

### "Autofreies Ottensen" – Anwohner sind in Sorge

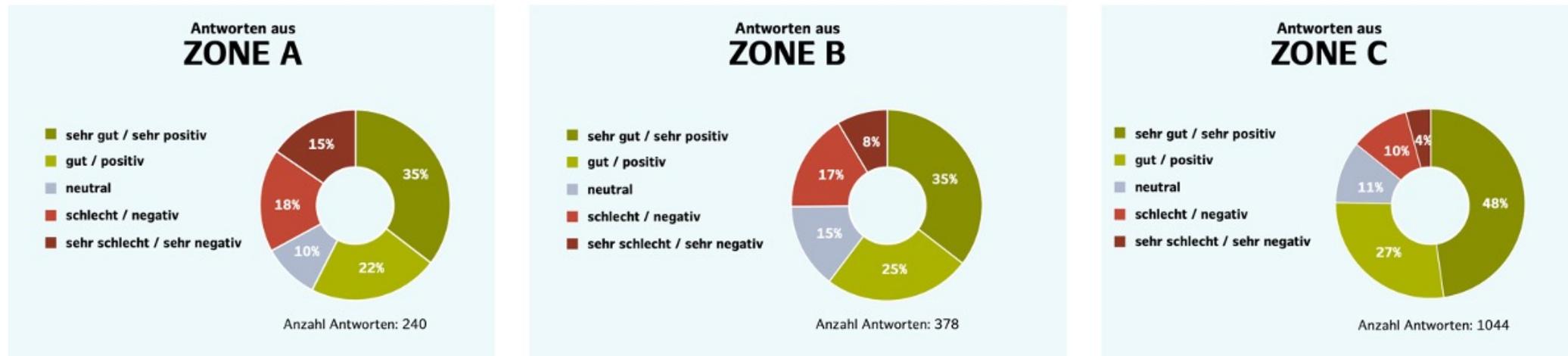
30.07.2019, 07:27 | Lesedauer: 7 Minuten

*Peter Wenig*

## Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)

Mehrheit der Anwohner\*innen bewerten das Projekt als gut / sehr gut:  
(Auszug Evaluation 2020)

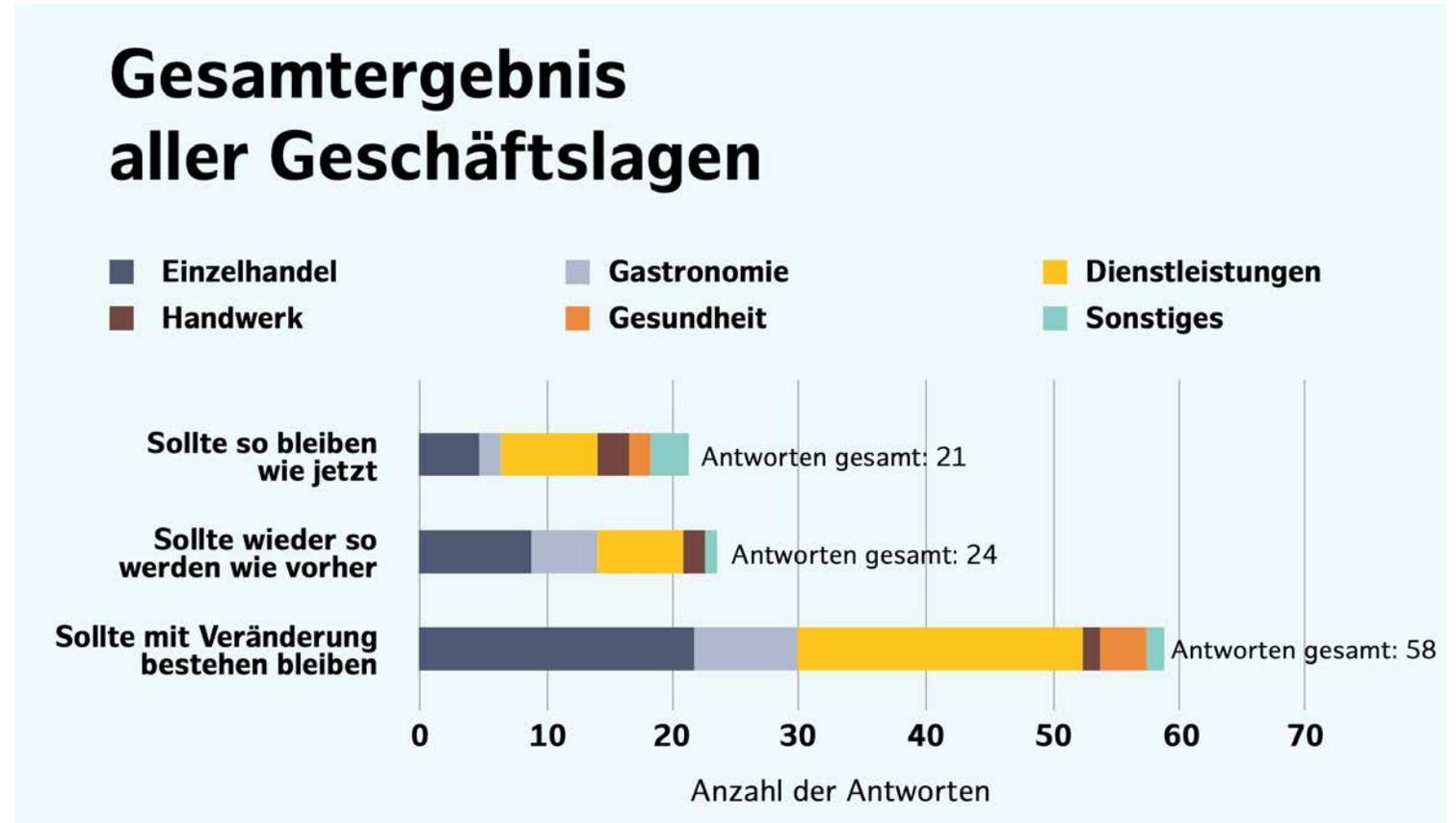
### AUSWIRKUNGEN DES PROJEKTES AUF DEN STADTTEIL



Grafik Auszug aus: Evaluation Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

## Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)

Große Mehrheit (76,6%) der Gewerbetreibenden für die Fortsetzung der Veränderung:  
(Auszug Evaluation 2020)



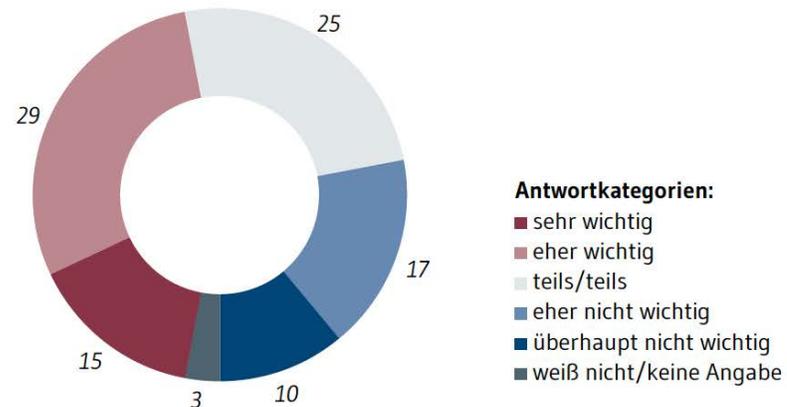
Grafik Auszug aus: Evaluation Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

**„Bei einem Change-Prozess bekommt man niemals alle Personen mit. Wenn man auf die letzte Person wartet, kommt man niemals einen Millimeter voran.“**

Bezirksamtsleiterin Stefanie von Berg  
Hamburger Morgenpost, 26.05.2022

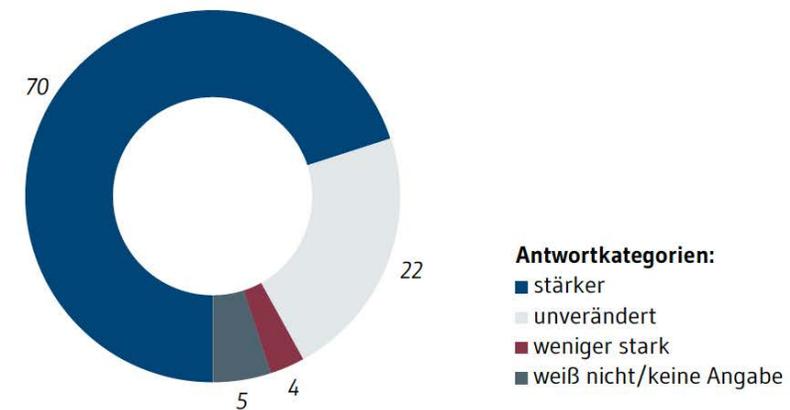
## Bürgerinnen und Bürger sind bereit:

Wie wichtig ist es für Sie, dass Ihre Stadt/Gemeinde eine Vorreiterrolle in Bezug auf umweltfreundlichen Verkehr einnimmt?



Basis: 2021: n = 6.822 | Datenquelle: IASS | Angaben in Prozent |  
Abweichungen von 100 Prozent rundungsbedingt

Sollten Ihrer Meinung nach die Bürgerinnen und Bürger an Entscheidungen über die Gestaltung der Verkehrswende in Ihrer Stadt/Gemeinde generell weniger stark oder stärker beteiligt werden?



Basis: 2021: n = 6.822 | Datenquelle: IASS | Angaben in Prozent |  
Abweichungen von 100 Prozent rundungsbedingt

Grafiken: Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2021. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse; Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2021)

# Kommunikation als Schlüssel zur erfolgreichen Mobilitätswende?



## Kommunikation für die Mobilitätswende

Die Mobilitätswende bedeutet für die Menschen eine Verhaltensänderung.

Die Kommunikation hat zur Aufgabe ...

... ein verändertes Verhalten erstrebenswert machen,

... die Menschen in der Veränderung zu begleiten, zu beteiligen und zu bestätigen,

... und grundsätzlich die Möglichkeiten und Chancen einer Veränderung aufzuzeigen.

## Beispiel: Paris

- Eine klare, mutige Vision:  
Die 15 Minuten Stadt

(60.000 der rund 140.000 Parkplätze sollen entfallen)

## Beispiel: Recklinghausen / Vestische

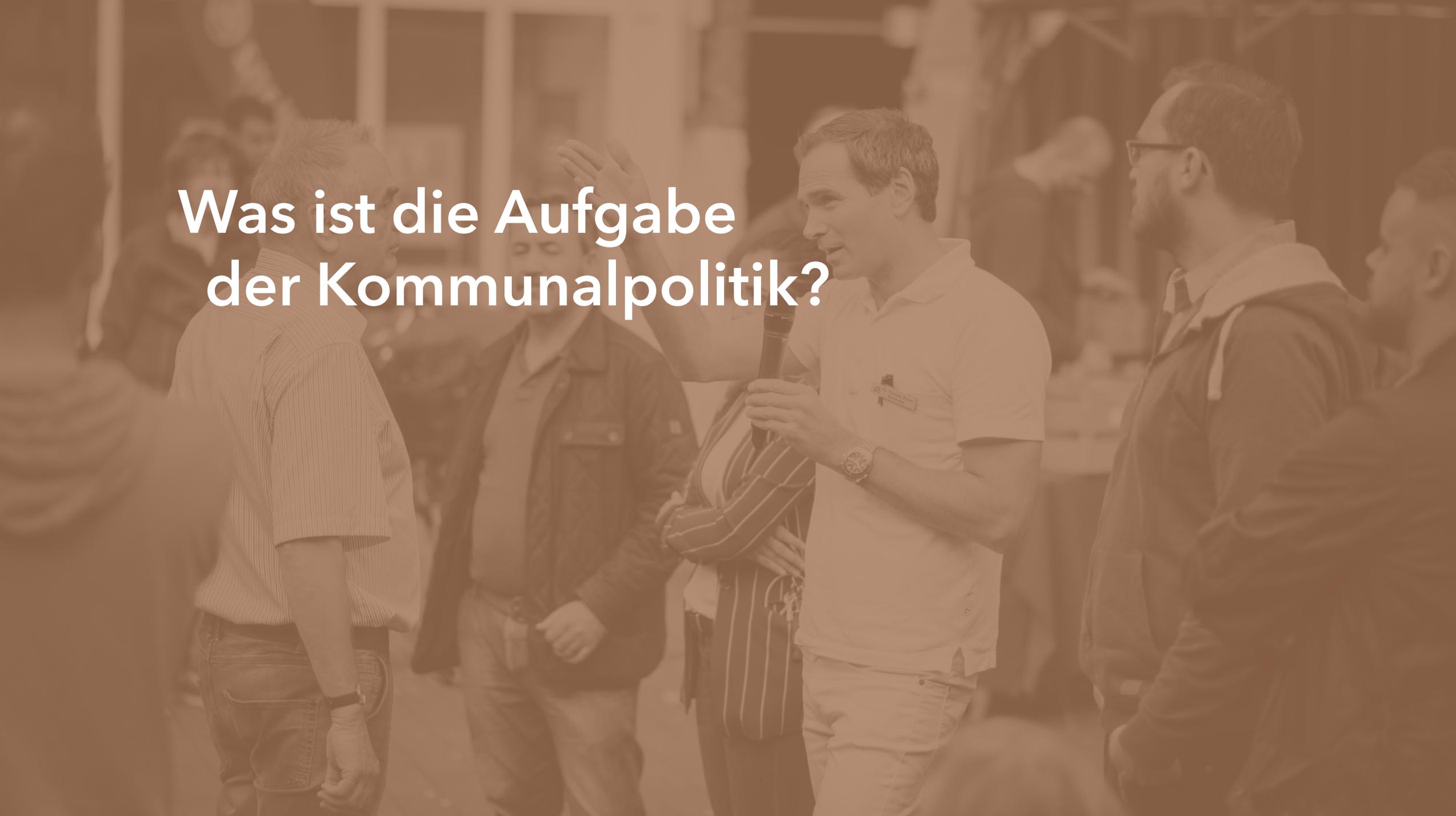
- Die Botschaft in die Region tragen:  
Ein Bus als Workshopfläche



## Beispiel: Bad Honnef

- Kleine, kreative Aktionen für Aufmerksamkeit:  
Kommunikation statt Strafzettel



A photograph of a group of men in a workshop or meeting. One man in the center is speaking into a microphone and gesturing with his hand. The image has a warm, orange-toned overlay. The text 'Was ist die Aufgabe der Kommunalpolitik?' is overlaid in white.

# Was ist die Aufgabe der Kommunalpolitik?

## Aufgabe der Kommunalpolitik

### **Den Rahmen vorgeben**

**→ Kommunikation braucht ein  
Zielbild**

Die Kommunalverwaltungen brauchen Zielvorgaben und einen klaren Auftrag, um zielgerichtet ins Handeln zu kommen.

## Aufgabe der Kommunalpolitik

**Die Ressourcen bereitstellen**  
**→ Kommunikation kostet Geld**

Für die Konzeption und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie für Mobilitätswendeprojekte sind Kommunalverwaltungen in der Regel auf externe Partner\*innen angewiesen.

## Aufgabe der Kommunalpolitik

**Den langen Atem bewahren**

**→ Kommunikation braucht**

**Mut**

Die Mobilitätswende ist als parteiübergreifende, langfristige Aufgabe zu verstehen, bei der Widerstände auszuhalten sind.

Danke für die Aufmerksamkeit!

# Quellen

## Quellen

- Die Große Transformation: Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels; Uwe Schneidewind (2018)
- Eine Frage der Ehre: oder Wie es zu moralischen Revolutionen kommt; Kwame Anthony Appiah, Michael Bischoff (2011)
- Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2021. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse; Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2021)
- Neue Wege in die Verkehrswende. Impulse für Kommunikationskampagnen zum Behaviour Change; Agora Verkehrswende (2019)
- Sichten von Bürgerinnen und Bürgern auf vier Zukunftspfade der Verkehrswende. Ergebnisse der Ariadne-Bürgerkonferenz; m-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2022)
- Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

## Gedacht und umgesetzt von

### **Identitätsstiftung GmbH**

Identität. Inszenierung. Innovation.

Sophienstraße 6  
30159 Hannover

0511 - 16 58 10 37 0

info@identitaetsstiftung.de  
identitaetsstiftung.de

## Vertreten durch

### **Björn Vofrei**

Geschäftsführer, Kommunikationsdesigner  
und Identitätstifter  
vofrei@identitaetsstiftung.de

### **Lutz Woellert**

Geschäftsführer, Kulturwissenschaftler und  
Spielmacher  
woellert@identitaetsstiftung.de

## Rechtlicher Hinweis

Die präsentierten Ideen, Gestaltungsprinzipien und Layouts unterliegen dem Urheberrecht. Das Überlassen von Dokumenten dient lediglich der Projektdokumentation und Visualisierung des Prozesses. Die Verwendung auch von Teilen der Präsentation ohne Zustimmung stellt eine Urheberrechtsverletzung dar. Sämtliche Rechte liegen bei der Identitätsstiftung GmbH.